



[Home](#) [ChiCosa ▾](#) [Digital_P&P ▾](#) [Progetti&Consulenze_](#) [Contatti](#)

14/02/11

Formazione | Vinux Lab Academy #2

*"Questa nuova iniziativa nasce dalla collaborazione tra la Fondazione Edmund Mach - Istituto Agrario di San Michele all'Adige, l'Università degli Studi di Milano, Facoltà di Agraria, nonché due partner operatori di alta competenza quali Selecta-Winejob risorse umane per il vino, un'azienda di servizi e di consulenza alle imprese nel settore dell'organizzazione aziendale e nella gestione e sviluppo delle risorse umane, e Vinux Lab Academy, format organizzato da Vinux, social network verticale dedicato al settore "wine & food". (comunicato **Istituto Agrario di San Michele all'Adige**). **Selecta-Winejob: Seminario Marketing & Vino***

Strategie e strumenti di fronte alle nuove realtà del vino

San Michele all'Adige, 10-11 Marzo 2011

Vinux Lab Academy: Seminario Vino & Web

Le nuove opportunità per comunicare il vino ai tempi dei social media

San Michele all'Adige 24-25 Marzo 2011

Le iscrizioni sono aperte agli operatori del settore vitivinicolo e sono previste agevolazioni per gli ex allievi FEM, ovvero quanti abbiano ottenuto una qualifica, un diploma o un titolo universitario rilasciato dall'Istituto Agrario anche in Consorzio o collaborazione con Università.

Qui trovate tutti i **dettagli dei corsi**.

Category: Formazione | **Comments are closed**

Il sito e' in fase di restyling: scusate il disordine!!!

Categorie

- Cases
- comunicazioni di servizio
- eventi
- Formazione
- P&P'press room
- parlar di vino
- Strumenti_

Archivio

- February 2011
- November 2010
- October 2010
- August 2010
- July 2010
- May 2010
- April 2010
- March 2010
- February 2010
- January 2010
- December 2009
- November 2009
- September 2009
- August 2009

07/02/11

Salotto 2.0



Mercoledì 9 Febbraio, durante la **Social Media Week** a Roma, si svolgerà l'incontro "Salotto 2.0: i luoghi fisici dell'impresa, della vita e del desiderio nella società 2.0".

Durante l'incontro, organizzato da Berto Salotti in collaborazione con Reti SPA, verrà dato spazio alle idee con il contributo di autorevoli protagonisti del mondo della comunicazione e dell'impresa.

si parlerà di analisi e tendenze, aspirazioni ed esperienze alla luce dei cambiamenti in corso nella società.

L'impresa, gli affetti, il lavoro entrano in salotto e cambiano i modi di vivere, mangiare, viaggiare, discutere, giocare, leggere, amare

Filippo Berto | Responsabile marketing e comunicazione Berto Salotti

Monica Fabris | Presidente di GPF, esperta di Psicologia dinamica applicata alla metodologia della ricerca sociale.

Daniela Farnese aka Dania | Blogger, consulente web marketing e event planner

Massimo Micucci (moderatore) | Presidente di Reti S.p.A, ed esperto di innovazione e sviluppo nuovi business

Roberta Milano | docente e consulente web marketing per il turismo

Davide Bartolucci | Shado TV.

"Salotto 2.0" | 9/02 dalle h 17 alle h 19

Roma | Palazzo Giannelli Viscardi (Sala degli Specchi) c/o Ateneo Impresa , Corso

Iscrizioni all'evento

Category: eventi, P&P'press room |
Comments are closed

15/11/10

Formazione | Vinux Lab Academy



La rete è una straordinaria opportunità di mercato.

Lo scenario

La rete ha dato vita a nuovi scenari e a nuovi strumenti per la comunicazione, logica conseguenza del cambiamento sociale e culturale in atto, che si riflette nel modo con cui le persone acquistano prodotti, beni e servizi.

Questo processo di cambiamento influenza le pratiche tradizionali di fare marketing e comunicazione, discipline in evoluzione anche nel settore wine&food.

Le opportunità

Per le aziende la rete offre la grande opportunità di dialogare direttamente con i propri clienti, cambiando il tradizionale flusso di informazioni e la comunicazione. Non è sempre facile districarsi nella rete ed utilizzare in modo efficace ed efficiente i nuovi strumenti a disposizione.

L'esperienza

Dall'esperienza di **Davide Cocco** (StudioCru, consulenza PR e comunicazione), **Filippo Ronco**, (founder Vinux SN e VinoClic) e **Pamela Guerra**,

(PR e social media consultant) nasce **Vinix Lab Academy**, incontri di formazione dedicate ai professionisti del wine&food, per imparare a familiarizzare con le opportunità che la rete e le “nuove” tecnologie mettono a disposizione.

Le giornate sono strutturate per fornire una panoramica completa sull’evoluzione della comunicazione e degli strumenti odierni, attraverso la presentazione di cases history che la rete offre. Per saperne di più, visualizza il programma di **Vinix Lab Academy**; per la programmazione delle giornate (date e sedi), visualizza il **calendario**.

Tags: advertising, comunicazione, corsi di formazione, corsi vino, davide cocco, faq, filippo ronco, food, formazione, internet, online advertising, pamela guerra, pubbliche relazioni, pubblicità, pubblicità online, seminari, social media, usare internet, vinix, vinix lab, vinix lab academy, vino, vinoclic, vla, web, webmarketing, wine | Category: Formazione | One comment - **(Comments are closed)**

05/11/10

Case History | La TwitAsta

La TwitAsta come case history di utilizzo dei social media.

TwitAsta_

View more [presentations](#) from [Pamela Guerra](#).

Tags: tweet your wines, twitasta, twitter wine, wine | Category: Cases | 4 comments - **(Comments are closed)**

04/11/10

Wine Innovation Awards per Oneglass



Oneglass, con il nuovo concetto di single-serve wine packaging, ha vinto la medaglia d'oro nella categoria design e packaging dei "Wine innovation awards 2010"

Il "[Wine Innovation Awards](#)", lanciato lo scorso anno dalla [London Fine Wine Fair](#), riconosce e premia la creatività nel

mondo del vino.

I premi vogliono evidenziare il lavoro di titolari di marchi e produttori di vino che stanno innovando e facendo prodotti di alta qualità, dando loro la possibilità di far conoscere al mondo il loro apporto al cambiamento della vinificazione moderna.

Oneglass è il vino dal packaging innovativo in confezioni monodose da 100 ml: leggero, indistruttibile e tascabile.

Con il look di una vera bottiglia, ma in monodose, Oneglass non vuole sostituirsi alla tradizionale confezione in vetro, ma creare momenti diversi per bere bene, inteso sia come gusto che come moderazione.

La confezione in poliaccoppiato è ideale per mantenere le caratteristiche organolettiche anche di vini di gradazione alcolica importante; durante i test, sono stati utilizzati vini con gradazioni anche tra i 14%vol e 16%vol che hanno mantenuto le loro qualità organolettiche.

La confezione di Oneglass, composta da carta al 74%, può essere facilmente riciclata e il suo volume, una volta consumato, può essere abbattuto e occupare lo spazio di un foglio di carta.

Oneglass risponde quindi a tutti quei requisiti in materia di sicurezza (intesa come protezione dell'alimento), di fruibilità (intesa come facilità di utilizzo da parte dei consumatori), di informazione (ovvero la capacità di trasmettere in maniera esaustiva tutte le indicazioni essenziali alla corretta conservazione dell'alimento), utilizzo dello stesso e corretto smaltimento del packaging a fine utilizzo. Ma soprattutto di rispetto per l'ambiente: ovvero cercare soluzioni in grado di ridurre il consumo di risorse ed energie nonché la quantità di rifiuti prodotti.

Attualmente la linea di Oneglass comprende quattro tipologie di vino, scelte tra le più rappresentative italiane.; vini che, per la tipologia di confezionamento, vengono etichettati con IGT ma di qualità superiore.

Il *Pinot grigio IGT 2009*, blend di Pinot Grigio 85% e Traminer 15% (12,5%) ideale per accompagnare aperitivi, sushi, pesce crudo, primi piatti di pesce e

verdure, formaggi giovani.

Il *Vermentino Toscana IGT 2009*, ottenuto da uve Vermentino (85%) e Chardonnay (15%) 13% vol, ideale per aperitivi, piatti di pesce, carni bianche, verdure e formaggi.

Il *Cabernet Sauvignon delle Venezie IGT 2008*, ottenuto da uve Cabernet Sauvignon (85%) e Teroldego (15%) 13%vol, ideale per accompagnare primi piatti a base di carne, arrosti e formaggi a pasta dura.

Il *Sangiovese Toscana IGT 2009*, ottenuto da uve Sangiovese (85%) e Syrah (15%), 13,5% vol, ideale per primi piatti a base di carne, carni alla brace, selvaggina e formaggi stagionati.

Tags: oneglass, single-serve wine, wine innovation | Category: P&P'press room |
Comments are closed

04/10/10

**Dalle
chiacchiere
alle RP
passando dai
social media**

Sabato a Firenze, nella cornice di **WineTown**, si è svolto il **Wine Camp** (**#winecampFI**) dedicato a "Vino, Bellezza, Nuova Comunicazione, Mercato"

Compito della giornata era discutere sul *"significato contemporaneo del 'comunicare il vino' "*, ovvero di *"etichette, packaging, campagne di comunicazione, blog e social marketing."*

Com'è andato il WineCamp secondo me, lo potete leggere **qui**.

Potete vedere i video degli interventi sul **canale YouTube di Burde**, e farvi così un'idea di quello di cui si è parlato.

Tags: comunicazione vino, firenze wine camp, pamel guerra | Category: eventi | One comment - **(Comments are closed)**

04/08/10

Formazione | Il web 2.0 per le PMI



Gli scenari dell'innovazione tecnologica evolvono in modo rapido, configurando inedite opportunità di mercato. L'avvento del web 2.0 impone, inoltre, un'attenzione specifica ai social media e ai linguaggi cross mediali.

Lo scenario

L'avvento del web 2.0 richiede di appropriarsi di strumenti diversi, che spaziano dall'**innovative media planning**, alle **digital P.R.**, ai **meccanismi di engagement** e di **partecipazione in rete** che stanno trasformando i mercati in un territorio di conversazione dove marchi e consumatori dialogano, e dove è sempre più necessario ricorrere a precise strategie narrative. L'esplosione dei social network è la logica conseguenza del cambiamento sociale e culturale in atto, che si riflette nel modo con cui le persone acquistano prodotti, beni e servizi. Questo processo di cambiamento influenza le pratiche tradizionali di fare **marketing e comunicazione** e determina un mutamento sempre più repentino verso il **Social Media Marketing**. Il lato affascinante di questo cambiamento sta nel fatto che le **forme tradizionali di pubblicità fondate su un modello persuasivo stanno evolvendo verso forme di interazione sociale dirette e paritarie che si instaurano tra consumatore e aziende.**

Le opportunità

Per le aziende il libero passaparola sul web può apparire come un rischio o un labirinto intricato che non si sa come percorrere. Al contrario i Social media possono essere vissuti come un'opportunità per:

- dialogare direttamente con i propri clienti

- comprendere le opinioni e rispondere in tempo reale
- monitorare e migliorare la propria reputazione on line (internet PR)
- aumentare la propria visibilità sfruttando la viralità della rete.

L'esperienza

Dall'esperienza della Arch. **Letizia Bollini**, docente presso l'Università di Milano-Bicocca e **Pamela Guerra**, PR e social media consultant, nascono due corsi formativi, uno base e l'altro dedicato alle digital PR. Per saperne di più visualizza la [brochure dei corsi](#).

Corso in *Social Media Marketing*

Il corso base, per avere una panoramica completa del Social Media Marketing. Il seminario prevede un inquadramento dell'argomento facendo una panoramica completa sulle modalità, le tecniche e gli strumenti utili a organizzare iniziative che utilizzano nuovi strumenti e nuovi linguaggi.

Per saperne di più visualizza il [programma del corso base Social Media Marketing](#)

Corso in *Digital Public Relations*

Il corso base dedicato alle Digital Public Relations prevede un inquadramento dell'argomento e una serie di approfondimenti sulle modalità, le tecniche e gli strumenti utili a progettare e organizzare iniziative che utilizzano nuovi strumenti e nuovi linguaggi.

Per saperne di più, visualizza il [programma del corso base Digital PR](#)

Category: comunicazioni di servizio,
Formazione | **Comments are closed**

22/07/10

Oneglass apre il nuovo e-shop



Oneglass, il primo vino di qualità in confezione monodose, da oggi in vendita on-line.

Dopo tre anni di studi e sperimentazioni – durante i quali vi assicuriamo nessun astemio è stato maltrattato – Oneglass è entrato in scena. Come una grande star si è fatto desiderare: prima le numerose segnalazioni on-line, tra Facebook, Twitter, blog e social network. Poi i tanti avvistamenti durante aperitivi, serate, mostre e fiere, indice della sua natura socievole e mondana.

Una lunga tournée di presentazioni in giro per il mondo, ma finalmente il momento è arrivato per Oneglass di aprire il proprio **negozio on-line**. Da oggi è quindi possibile acquistare Oneglass in confezioni da 16: sia miste, per degustare tutti i quattro vini attualmente a disposizione, che mono-referenza, per avere sempre con sé una bella scorta del proprio vino preferito.

Inoltre lo si può portare ovunque si voglia gustare un buon bicchiere di vino: a casa per una cenetta a due, in montagna per un pic-nic con gli amici oppure al lavoro, durante la pausa pranzo. Oneglass è leggero, pratico, infrangibile. Il vino per tutte le occasioni.

Tags: oneglass | Category: P&P'press room | One comment - (**Comments are closed**)

31/05/10

La rassegna stampa



Un altro importante compito dell'addetto stampa è quello di raccogliere e catalogare le informazioni uscite sui media (giornali, tv, siti web, ecc.) per avere una rassegna sempre organizzata e strutturata.

Avere una rassegna organizzata e strutturata significa avere i dati di riferimento (es. testata, data, foglio, pagina) per poter reperire in qualsiasi momento i documenti; significa raccogliere quindi tutti gli articoli, segnalazioni, informazioni che vengono scritte in merito all'azienda/prodotto/servizio e catalogarle con i dati di riferimento per semplificare un eventuale recupero dell'articolo qualora ne servisse copia.

La rassegna stampa serve soprattutto per organizzare e strutturare una valorizzazione della brand image. Anche i siti web stanno diventando strumenti sempre più importanti per gli addetti stampa, il numero di lettori è molto alto ed il mezzo di collegamento è estremamente veloce (si tratta infatti di un click).

Monitorare la rete, avere feed sempre aggiornati, diventa oggi quanto mai importante, anche quando si ha un approccio 'passivo' con la rete, perché, ricordiamoci, anche se l'azienda non partecipa, non significa che la rete non parli...

Tags: rassegna stampa | Category: Strumenti_ | **Comments are closed**

27/05/10

“Superiore:

un territorio, una storia, un vino”

Il Sindaco del Comune di Cornuda
Marco Marcolin

il Presidente del Consorzio
Tutela Vini Montello e Colli Asolani
e della Strada del Vino Montello e Colli Asolani
Diamante Luling Buschetti

in occasione della presentazione ufficiale
dell'ASOLO PROSECCO SUPERIORE D.O.C.G.

hanno il piacere di invitare



al convegno
"SUPERIORE: UN TERRITORIO, UNA STORIA, UN VINO"
Presentazione ufficiale Asolo Prosecco Superiore D.O.C.G.

Sabato 5 Giugno 2010
ore 10.00
TIPOTECA ITALIANA Via Canapificio, 3 Cornuda (TV)

SEGUIRÀ LIGHT LUNCH
con degustazione Asolo Prosecco Superiore D.O.C.G.

R.S.V.P. entro il 31 Maggio 2010

Segreteria Forum Spumanti
Tel. 0423 971999 / 331 2602698
segreteria@forumspumantitalia.it

Tags: asolo prosecco | Category: eventi |
Comments are closed

[Older Entries »](#)